

第7号(97年6月26日)

『流通業界のインフラストラクチャーとしての商品コードセンター』

全国地域VAN事業者協議会 代表理事
(大阪商工会議所経営情報センター 所長)
福島 健彦

地域VAN事業者が地域の流通業者のためのEOSサービス、POS導入利用サービス、売れ筋情報サービス、さらには店舗内情報管理、業務処理などのアウトソーシングサービス等を実施する際に、基本的に整備しておかなければならないのが、商品情報データベースである。

ここで言う「商品情報データベース」とは、メーカー・卸売業・小売業・消費者という流通の川上から川下までの商品の現実の流れに際して、つねに適正な内容で、最適のタイミングで、商品の基本的な属性が登録されたデータベースのことである。

もちろん、これは地域VAN事業者がネットワークサービスを行う上で必要であるばかりでなく、流通・物流関係の事業者が自社内で情報処理を行う場合でも必要不可欠のものである。

この商品情報データベースは、基本的には個々の企業に属するものではなく、地域ないしは全国的に一元的に構築され、社会財として整備され利用されるべき性質のものである。

ところが、現状はそれとは大きく異なる状況にある。すなわち、大半の流通VAN事業者、卸、小売、物流関連の事業者は、自社の商品情報収集能力の範囲内で情報を収集し、自らの手で情報機器にデータをエントリーしているのである。

これは、個々の事業者にとって大きな負担となっているだけでなく、わが国全体としても大きな社会的損失となっているのである。

(財)流通システム開発センターの流通コードセンターでは、JANのメーカーコードの発番だけでなく「JICFS」という商品コードデータベースを構築し、ネットワーク業者であるディストリビュータや地域JICFSセンターによる商品情報サービスを行っているが、現状では残念ながらその機能を十分に生かしているとは言いがたい状況にある。

これは、以下の理由によるものと考えられる。

1. 商品製造業、卸売業などがJICFSに商品コード・商品属性情報を登録する義務や必然性を持たないこと。また、商品情報の登録のタイミングが利用者が期待する時期より遅れることがあること。
2. ローカルブランド商品の登録が少ないこと。
3. 商品コードサービスの体制作りが不十分であること。JICFSディストリビュータが商品コードサービスに力を注いでいるとは考えられないこと。JICFS再販業者である地域JICFSセンターの体制が未整備であること。
4. 新規商品情報登録と同じ程度に、利用者が期待する、廃番情報が登録されていないこと。

このように、公の機関が提供する、唯一の商品情報データベースは様々な理由により、利用が進んでいない。

一方、地域流通VANは地域の流通業のための情報インフラストラクチャーとしての体制作りを命題として活動しており、情報収集力が弱く、大きな情報化投資ができない中小流通業のためのネットワークサービスを実施している。この地域VAN事業者に求められている大きな命題の一つも“商品情報サービス”であり、具体的には、以下の項目に整理できる。

1. 卸・小売間EOSに必要な商品コード・属性情報のタイムリーな通知・登録機能
2. 卸・小売業務システムへの商品コード・属性情報の更新情報の通知と、簡易な登録機能
3. 小売業におけるPOSシステムの導入初期の商品マスター登録支援機能と、システム運営時の更新情報の提供機能

しかし、現状でこの要求に十分に答えることができる事業者は存在しない。(類似のサービスを自社の力ではじめた所も存在するが、JOCFSならびに全国の事業者との協力による体制作りが必要であるとの認識をもっている。)

地域VAN事業者協議会では数年前から、この商品情報サービスの重要性を認識し、独自のサービスの開発のため、数回の分科会を開き研究をすすめている。

これは地域VANの独自の情報収集力と、JICFSの商品情報サービスの仕組みとが連繋し、地域VAN事業者の持つ卸売業、小売業併せて1万事業所との情報提供体制により、全国的な商品情報サービスを実現しようとするものである。

地域VAN事業者は小売業から卸売業へ日々の注文データの取次ぎを基本的なサービスとしており、商品情報に関し以下のように特徴をもっている。

1. 地域VAN利用者の持つ商品コードマスターの大半をシステムで管理している。
地域VAN事業者は基本的なサービスとして、卸・小売間のEOSサービスを行っている。このサービスは、小売から卸への発注データのメールボックスによる受渡しだけでなく、取引関係を決定する商品別帳合マスターファイルをもち、データの流れを制御するシステムで運営しているケースが主流である。
このため、システム運営のために、取引にかかわる全ての商品コードマスターを保管管理している。
2. 管理する商品コードマスターがタイムリーに更新されている。
小売・卸間EOSを有効に運用するには、商品の取引に先立ち、商品コードマスターへの新規に取引する商品情報の登録が必要である。JICFSセンターへの商品コードの登録が必然性に欠けるのに対し、地域VANのEOS運用のためには、卸売業または小売業からの商品コードの迅速な登録が不可欠である。
3. ローカルブランド商品の登録が十分に行われている。
地域VANは、地域の流通業のネットワークサービスを行っているため、当然の結果として、当該地域のローカルブランド商品の商品コードを保有管理している。

4. 廃番商品の特定と通知が可能な仕組みを構築できる。

地域VANのEOSサービスシステムに若干の機能を追加することにより、流通過程を一定期間通過していない商品の検出が可能となる。この機能により、現在どこでも把握できない廃番商品の特定と通知サービスを行うことができる。

5. 地域の流通業とのデータ交換の仕組みを持っている。

地域VANは地域の卸・小売を利用者としているため、それらの事業者とのネットワークを既に確保しており、商品データの交換が容易である。また、地域の他の流通業者とのネットワークによるデータ交換のネットワーク作りも容易である。

6. 地域VAN事業者の持つ商品データは、製造業者だけでなく、取扱い卸売業をキーワードとして持っている。また、類似の規模、環境の小売業の取扱い商品も特定できる。

商品コードをキーとして、取扱い卸の検索や、POS導入時の確率の高い商品マスターデータの絞り込みと提供が可能である。

7. 全国の地域VAN事業者と協力し、商品コードサービスの広域的な展開が可能である。

商品情報サービス機能の確立は、地域VANの発展のための急務と考える。

幸い、商品情報サービスのための分科会が本格的な活動を開始した、今年度初めに、JICFSディストリビュータである大手電機メーカー系列のネットワーク業者がインターネットによる商品情報サービスの試行を開始した。協議会では同社との協力関係によるサービス体制作りの可能性についても検討をはじめており、きわめて建設的な内容で相互補完的で、かつお互いの事業展開にメリットのある結論が得られることが期待される状況にある。

一方、基本的な部分で問題とされるところもある。

1. JANコードの性格付けの統一である。小売店では同一の取扱をする商品であるにも係わらず、季節や、取引先など商品製造業者の都合だけで別のコードが付番されることが少なくないこと。
2. 同一コードが商品メーカーの都合だけで、短期間のうちに異なる商品に付番されること。
3. 新商品の情報が、商品が実際に流通するまでに、中小流通業に伝わりにくいこと。

などである。

地域VAN事業者の商品情報サービスの仕組みが実現し、全国的に利用がすすめば、これらの問題に関しても、地域VAN事業者と地域流通業が糾合し、これらの問題の解決に当たることが可能になる。

わが国の流通業の複雑さが国際的な摩擦の原因の一つとしてあげられていることは周知のことである。この問題の解決策の一つとしても、この地域流通VAN事業者による商品情報サービス体制の確立が待たれるのである。